

邱昶 著

# 美女经济时代

Mei nu jing ji Shi dai

beautiful  
woman

广东省出版集团  
广东经济出版社

美

邱昶 著

Mei nu Jing ji Shi dai

济

时

女

经

代

广东经济出版社  
广东省出版集团

## 图书在版编目 (CIP) 数据

美女经济时代/邱昶著. —广州: 广东经济出版社,  
2004.8

ISBN 7-80677-800-4

I. 美… II. 邱… III. 女性-经济-研究 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 073200 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	广东信源彩色印务有限公司 (原广东邮电南方彩色印务有限公司) (广州市天河高新技术产业开发区工业园建工路 17 号)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	6
字数	123 000 字
版次	2004 年 8 月第 1 版
印次	2004 年 8 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80677-800-4 / F·1103
定价	15.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路永胜中沙省食品大楼 6 邮编: 510100

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 83781210

本社网址: [www.sun-book.com](http://www.sun-book.com)

·版权所有 翻印必究·

## 目 录

## 第一章 走进她世纪 ..... (1)

21世纪最重要的一个字：她。

于是，由“他”创造的男人历史，将由“她”来书写，“她世纪”已然呼啸而来！在“她世纪”里，我们的眼球越来越被这样一个靓影所吸引——她驰骋政界，叱咤风云，扬名立万；她激战商场，无往不胜，无往不利；她进军艺坛，傲视群芳，名利双收。她，就是“她”中的精品，也是本书要解读的主角：美女。

## ★ 她：21世纪最重要的字 ..... (2)

## 第二章 美女与时代 ..... (12)

美女，是造物主对人类的恩赐，是人世间一道百看不厌的风景。从世界级美女维纳斯、海伦，到国家级美女西施、杨贵妃，再到e时代的“第三眼美女”，汇成了一座芳香横溢、魅力四射的“美女大观园”。美女是精彩的，其魔力更是精彩的，但精彩到了极致便会产生两极分化。美女之千秋功罪，谁人曾与评说？

## ★ 美女的标准 ..... (13)

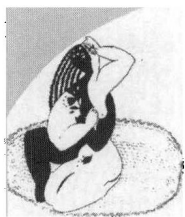
## ★ 古代的美女 ..... (22)

## ★ 现代的美女 ..... (28)

## ★ e时代的美女 ..... (33)

## ★ 美女的魔力 ..... (38)





### 第三章 美女与经济 ..... (50)

也许你熟知胡蝶、戴安娜、巩俐、张曼玉、全智贤这些美女、明星，却不一定知道她们也是商战精英；也许你并不太熟悉钟彬娴、菲奥利娜等 CEO，但你一定会为她们所创造的“美”的事业”而赞叹不已！这些“她世纪”里的“精品”，美得令人惊艳，美得轰轰烈烈，美得顶天立地，人见人爱的“美女经济”被她们演绎得活色生香、精彩绝伦。

- ★ 脱衣“经典” ..... (51)
- ★ 从胡蝶到巩俐 ..... (61)
- ★ “漂亮的脸蛋出大米” ..... (69)
- ★ 首席女 CEO ..... (77)
- ★ 美”的事业 ..... (83)
- ★ 都是玉手惹的祸 ..... (93)

### 第四章 另类美女 ..... (100)

林子大了什么鸟都有。“美女经济”也许不应该仅仅是让人看上去很美，它也有形形色色的旁门左道，也有极其丑陋的阴暗一面：三陪、包养、美色标价、人体彩绘、卖淫为娼、色诱色贿……它们具有可怕的杀伤力，杀得社会风气江河日下，杀得正常运作、健康发展的经济走形变样。为此，我们有必要大喝一声：美女，请拒绝色情！

- ★ 美色标价 ..... (101)
- ★ “小姐产业” ..... (108)
- ★ 色诱与色贿 ..... (120)

★ 当美女变态的时候…………… (130)

## 第五章 制造美女 …………… (138)

e时代是大众消费欲望膨胀的时代，是美女大显身手制造神话的时代。因此，美女成为时下最为紧缺的“商品”，美女告急！于是，通过选美网罗天下美女势在必行，利用手术“制造”美女也应运而生。而当喧嚣渐渐归于寂静之后，人们终于开始醒悟并进行反思：人的美貌是暂时的，而魅力才是永恒的。

★ 美女告急…………… (139)

★ 世界小姐正向我们走来…………… (149)

★ 美女与丑女…………… (155)

★ 美女可以制造…………… (161)

## 第六章 祝福美女 …………… (173)

远古的女媧创造人类、炼石补天；当代不平凡的女性创造奇迹、擎起时代的“半边天”。她们和女媧一样美丽一样伟大，她们是“她世纪”里大大小小、老老少少的美女。这样的美女，比花花解语，比玉玉生香；这样的美女，便是孙中山所说的真善美的女性，而真善美的女性永远走在时代最风光的大道上。

★ 她在丛中笑…………… (174)

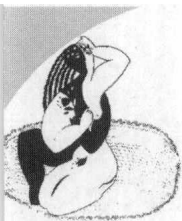


## 第一章 走进她世纪

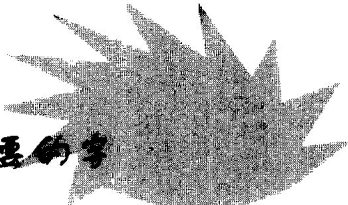


21世纪最重要的一个字：她。

于是，由“他”创造的男人历史，将由“她”来书写，“她世纪”已然呼啸而来！在“她世纪”里，我们的眼球越来越被这样一个靓影所吸引——她驰骋政界，叱咤风云，扬名立万；她激战商场，无往不胜，无往不利；她进军艺坛，傲视群芳，名利双收。她，就是“她”中的精品，也是本书要解读的主角：美女。



## ★ 她：21 世纪最重要的字



你知道哪个字是 21 世纪最重要的字吗？

2000 年 1 月，美国方言学会就曾举行过一次有趣的“世纪之字”评选活动。获得提名的“世纪之字”有：“自由”、“正义”、“科学”、“政府”、“自然”、“OK”、“书”、“她”……而进入决赛的只有“科学”和“她”。最后，“她”以 35 对 27 的选票优势战胜了“科学”，从而成为 21 世纪最重要的一个字。

关于“她”的身世和历史，大多数读者可能不甚了了。如今备受推崇的“她”，在过去却曾经是一个微不足道的字眼，12 世纪之前的英文字典里还没有“她”字，进入汉语字典也不过百年的历史。创造“她”字的人叫刘半农，是一位曾经留学法国专攻语言的现代诗人。“五四”运动时期，白话文兴起，加之翻译介绍外国文学骤增，第三人称代词使用频



繁，仅一个不分性别的“他”字是不够用的，于是，刘半农1917年在翻译英国戏剧《梦魂》时，试用自己创造的新字——“她”。从此，“她”字正式启用，并被编入汉语字典之中。

众所周知，在相当长的时期里，“软弱”一直是女人的代名词，自古以来更有“女人祸水”之说，中国妇女的遭遇尤为惨烈，要受政权、族权、神权、夫权这四条代表了全部封建宗法思想和制度的绳索的束缚。如今，历史翻到新的一页，过去那种“妻以夫荣、母以子贵”的时代早已一去不复返了，“在家从父，出嫁从夫，夫死从子”的桎梏也被抛进了历史的垃圾堆，“女子无才便是德”早已是冬烘之言。新时代的妇女切身体会到，一个女人若是没有事业，经济与精神都不能独立，根本就不能算是一个完全的人，她的全部生命也都显得毫无意义。伍尔芙说得对，女人必须拥有一间属于自己的房子。她的意思是说，只要经济上独立了，女人就能和男人一样主宰世界。

上个世纪末预言家认为，21世纪的历史书写者将是女性：“Herstory”。于是，当“History”这个由“he”创造的男人历史摇身变为“她”（her）的story时，“她世纪”便不可遏止地呼啸而来！

不久前，美国两位学者列举出21世纪是“她世纪”的21条理由：

1. 女性创业的比率将是男性的两倍。北美女性拥有的公司数量已超过850万家。每4个职员中就有1个人在女性创立的公司里工作。这些公司创造了2.5万亿美元的收入。
2. 女性更认真地看待教育。在北美，与86%的男性相





比，90%的女性完成了高中教育，30%的女性拿到了大学学位，与此同时，男性的比例是26%。这种趋势还有上升的迹象。

3. 女性掌握语言的技能强于男性。随着知识改革的引入，这种优势显得至关重要。

4. 女性竭力和平地解决冲突。如果说在地球村有什么解决问题的临界点，这一条就是。既然我们生活在一个即时交流的毫无边界的世界，解决众口难调的问题的能力对我们的生存关系重大。

5. 女性并不急着结婚，因为那不再是她们主要的生活目标。教育、服务、事业发展、自我实现也是非常重要的目标。

6. 女性能够也可以当选总统。芝加哥大学的一次调查报告表明，每10个人里面就会有9个人愿意投票选举高素质女性来领导这个国家。

7. 女性不再是运动竞技场上的旁观者。多年以前，联邦政府规定，每个学校都有同等的参与运动的机会，成效最终表现出来了，将近300万高中女孩参加运动，与10年前相比，增加了50%。

8. 女性更加关注她们的身体，而不是长相。200亿美元的营养品和健身产业最初就是女性推动起来的。虽然女性的生命预期高于男性，女性也在寻求与生命时期相协调的生命质量。

9. 女性已经成为养家糊口的人。每4对两人工作的家庭中，就有1个家庭，女性是最主要的收入来源。

10. 女性人际交流的技能更好。21世纪职场，关系的



力量比职位的力量更巨大。成为团队中的一员或者团队领袖，比成为一个光芒四射的超级巨星更重要。

11. 女性更擅长于倾听。因为几千年来从属地位，女性卓越的提问方式能够帮助她们成功。

12. 女性能更好地应对变化。最新的管理技能包括处理不太明朗的需求、事件以及市场的力量。因为女性往往更能应对他人变化不定的情感需求，她们能读出字里行间的意味，并能想出非常有创意的解决方案。

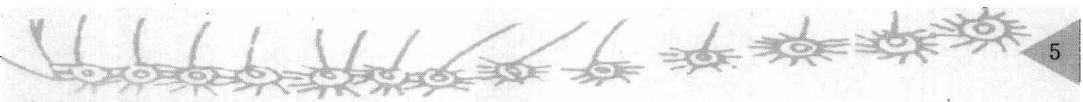
13. 女性能升华自我。以前，自我本位的老板能够生存，现在领导者必须授权予人。如果不想这样做，或者你的自我形象往常受到冲击，那么你可能很难建立一支非常有效的团队。

14. 女性知觉灵敏。男性倾向于看人的大概，而女性倾向于完整地看人。在识别假象方面，女性拥有一种非常敏锐的知觉。在一个充斥着时尚和承诺的信息世界，在评估商业或个人关系方面，本能的直觉反应非常重要。

15. 女性更理解客户服务。更多时候，往往是女性而不是男性来决定家里买什么。她们会考虑性能、实用性、转售、方位、方便与否以及安全性能。男人则考虑整体感觉和成本。

16. 女性更能释放偏见。因为男人更有领土意识，他们会保护自己的领地，面对自己的东西兴致盎然，却多少会怀疑外来事物。

17. 女性更愿意委托权限。工作满意的最具决定性的因素是工作自治。现在，比起报酬，人们更加珍视工作自决及影响整个工作进程的机会。女性不像男性那样将成功的声誉



看得非常重要。

18. 女性鼓励实验，对缺点采取包容态度。在世界上那些管理完善的公司中，员工很少批评错误。雇员的建议是必需的，而且管理层要很清楚，人们在一种焦虑或恐惧的气氛里面是不会发言的。

19. 女性擅长巩固积极的行为模式。因为女性主要承担抚育子女的职责，她们懂得良好行为需要巩固，恶劣行为需要根据既定的目标加以调整。

20. 女性知道亲临其境的重要性。如果真心在意某一个人，电子邮件、电话、名片，或者昂贵礼物都无法取代你亲临其境和他呆在一起。学校的公开课、独奏会、排练、会议和表演意味着你有成千上万的机会给孩子们展现你光辉的成人形象。亲临其境表明你真心在意。

21. 女性更能适应意外。新的世纪将充斥着意外：电子商务、即时时尚、市场更替、全新的客户品味以及不断的变化，虽然过去女性更像是一个安全的追求者，而非风险的爱慕者，所以比起追求自己梦想的男性来说，她们要学得更多，干得更多，付出更多，克服更多，忍受更多。忍受无常的能力、整合事物的能力将成为她们的发展特点。耐性和毅力将是在这个充满意外的新千年里，把女性推向全球领导者的前台的美德。

面对意外的计划，期待变革，接受变革。了解自己，疼爱自己。和别人分享自己的所有。接下来的一切将会水到渠成。

21 世纪将会出现这样一个巨大的积极变革：女性将成为社会各个领域的领导者。

与这两位美国学者的观点异曲同工的是，中国也有学者几乎在同一个时间里，提出女性在职场上的四大优势：

### 第一大优势：美丽。

美丽一直被视为女性成功的推动器。虽然倾国倾城、艳惊四座的女人属于稀有动物，但女性只要懂得包装自己，同样可以变得楚楚动人。美丽不分年龄，每个年龄段的女人都有她美丽动人的地方。如果学会使用自己的美丽，天下便无坚不摧，无往不利。毕竟在职场上，谁会喜欢邋邋的黄脸婆呢？美，是一个内涵非常广的字眼。如果女性给人留下美好的印象，就可以拉近一段距离，增加成功的机会。既拥有美丽的外貌又拥有优秀的素质的女人，便会稳操胜券。

### 第二大优势：亲和力。

21 世纪的新兴行业主要集中在服务业，要求更多地与人交流、沟通、协调。而女性普遍具有温顺、和蔼、包容、忍耐、善于倾听、感情丰富且善于体谅别人等特点，在社交场合或工作协作中表现出较强的人际交往能力。

女人敏感细腻的天性使她能更亲近雇员，准确体察他们的心态与状况；女性的柔性管理方法，能把冰冷、严格的人事条例诠释得富有人情味，有利于规章的推行。

新一代职业女性不再努力使自己男性化，她们从内在到外在都比以往任何时候更强调自己的女人味、人情味。毫无疑问，无论在行政管理，还是在公关、推销等服务行业，女性的亲和力都将成为展示业绩的重要法宝。

### 第三大优势：女性的思维方式。

据心理学家最新的研究报告表明，女性的思维方式比男性的思维方式更适应 21 世纪的要求。这项研究称，女性的





思维是“网状思维”，而男性的思维是“阶梯思维”。女性的思维方式能够让她同时做五件事，且比男性善于协作，有求同心理，更适合由电子邮件、网络会议和协作精神组成的信息社会的需要。

#### 第四大优势：语言能力。

科技时代的来临，使男性失去体力方面的优势。智慧与才华越来越成为职业生涯的决定因素，在智力方面，女性的优势在于语言能力和记忆力两方面。

女性运用语言词汇的能力强于男性，在语法、造句、阅读能力等方面更为出色。在记忆力方面，女性机械记忆能力明显优于男性，并因情绪与兴趣稳定，反应快，声色辨别力强，手的动作灵巧，尤其具有较强的耐力、持久性，使女人有更多机会找到成才的突破点。

无名氏说：“在世界上只有一样东西比任何军队都强大，那就是认识到谁的时代已经来临的思想。”

“她”被推选为 21 世纪最重要的一个字，“她世纪”的呼啸到来，是具有划时代意义的，它意味着女性将在 21 世纪发挥更重要的作用。看今日之女性，已经作为一支新生力量在日益崛起，不仅撑起了半边天，而且有超越男性的趋势。她们心存鸿鹄大志，果敢坚毅，浑身散发着女性特有的气质和风采。她们的一举一动，一言一语，乃至一颦一笑，无不在重新界定“女性”的定义。

如果把女性比喻为能给这个世上增添不少色彩和生

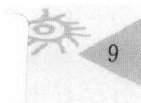


气的玫瑰花，那么，在过去，她们只不过是紧闭的花苞、慢慢舒展的花蕾，而如今，她们业已盛开怒放，洋溢着醉人的芳香。

《华盛顿时报》2003年9月28日在分析了美国权威财富杂志《福布斯》近日推出的2003年美国400富豪榜后，发现了一个出人意料的结论：上榜女性的平均身家达到28亿美元，首次超过男性的平均身家24亿美元。女性不仅在身家上越来越高，而且越来越多是白手起家的大腕。目前，女性当老板的公司已经占了全美公司数量的46%，每18位妇女中就有1位是企业拥有者，而这些公司的员工数量正在以18%的速度增长，超过所有公司的平均员工增长速度8%。在网络公司中，有41%的高层主管是女性。就连一贯有“男人俱乐部”之称的好莱坞也出现了一批呼风唤雨的女总裁。不仅如此，一半左右的女企业家领导的是高速发展产业而非传统的产业。

在欧洲、亚洲、新西兰，有为数不少的女政治家，有的还荣登总统的宝座。

在中国，根据一次由联合国妇女发展基金会和非官方的中国女企业家协会最近完成的调查，虽然女性企业家目前只占中国企业家总数的20%，但她们掌握的企业却有98%处于盈利状态。另据明略市场策划（上海）有限公司与中华网（上海）的调查，广告咨询业和媒体传播业的女性比例超过60%。2002年，上海某大报业集团招聘，数百名应聘者中只有15位男生，经考核，15位男生全部出局。在某著名公关公司，几十号人中只有一位男性，男人成了“珍稀动物”。在文学界，就整体而言，女性作家的创作数量占绝对优势，





写作质量被公认“在不断地攀升”。在 2002 年茅盾文学奖、鲁迅文学奖评奖中，女作家获奖作品的数目近半。

曹孟德对酒当歌的英雄气概，苏东坡大江东去的万丈豪情，辛弃疾金戈铁马的壮怀激烈，鲁迅横眉冷对的凛然正气……我们不得不承认，这样的男人境界，离我们越来越远了。因为 21 世纪是知识经济时代，是商业文明社会，竞争的方式将不再是工业文明时代的体力，而更多地表现为策划、推广、沟通、联络、互动、服务、协调……所以，你必须注重自己的“形象”，你得小心翼翼地讨好上司，毕恭毕敬地面对客户。在一些交际场合，为了表现自己的“品位”、“情调”，你还得学会送玫瑰、喝红酒、用餐巾纸、作蒙娜丽莎式的微笑。总之，作为男人的你得顺应时代潮流让自己慢慢女性化。为什么？美国心理学家贝姆研究认为：“男性之所以女性化，是因为社会意识到女性品质中的彬彬有礼和注重打扮的特点更适合商业氛围，更具有公关、沟通和推销等方面的优势。”

而女性则相反，在“她世纪”里，她们开始努力抛弃掉“他世纪”残留在她们身上的懦弱、内向、不自信、依赖性以及过于注重感情生活等弱点，开始努力铸造自己的干练和果断。而女性特有的敏感、细腻、灵活、韧性、关爱、注意力以及第六感觉等优势，已开始在 21 世纪崭露头角，大显身手。

在职业上，她们已经进入从前以男性为主流的职业领域，例如 IT 界和金融界；女宇航员、女导演、女建筑师等也应运而生。在职场上，几乎再也不存在女性不能进入的行业。男人独霸天下的局面正在土崩瓦解，“巾帼不让须眉”





的架势气贯长虹。

郭沫若在其名篇《女神》中，写下这样经典的诗句：

永恒的女神引导我们向前

在“她世纪”里，永恒的、伟大的“她”将引导我们向前。

在“她世纪”里，我们的眼球越来越被这样一个靓影所吸引：她驰骋政界，叱咤风云，扬名立万；她激战商场，无往不胜，无往不利；她进军艺坛，傲视群芳，名利双收。她既给世上留下一段段美丽的故事，又给人间留下一个个难解之谜。她，就是“她”中的精品，也是本书的主角——美女。

